

# 2022-2028年中国焙烤食品 产业发展现状与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2022-2028年中国焙烤食品产业发展现状与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202204/283120.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

焙烤食品泛指面食制品中采用焙烤工艺的一大类产品。焙烤食品是以小麦等谷物粉料为基本原料，通过发面、高温焙烤过程而熟化的一大类食品，又称烘烤食品。由于焙烤食品中大部分产品都是以面粉配加不同比例的糖料制成，故又有面糖食品之称。

目前我国烘焙行业中，面包所占比重最高，约为44%;其次是饼干及其他烘焙食品，占比约39%;蛋糕占比17%。我国烘焙行业产品结构占比

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国焙烤食品产业发展现状与市场运营趋势报告》共九章。首先介绍了焙烤食品行业市场发展环境、焙烤食品整体运行态势等，接着分析了焙烤食品行业市场运行的现状，然后介绍了焙烤食品市场竞争格局。随后，报告对焙烤食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了焙烤食品行业发展趋势与投资预测。您若想对焙烤食品产业有个系统的了解或者想投资焙烤食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一部分 行业发展概况

#### 第一章 中国焙烤食品市场发展概述

##### 第一节 中国焙烤食品发展概况

###### 一、中国焙烤食品市场发展概述

###### 二、中国焙烤食品行业发展特点分析

###### 三、中国焙烤食品所属行业经济运行状况分析

##### 第二节 中国焙烤食品行业发展趋势分析

###### 一、生产经营规模以产品大类特点来区分

###### 二、企业生产经营管理观念改变

###### 三、市场竞争会日趋激烈，市场中高档产品容量不断增长

###### 四、注重产品质量，产品生产标准化

###### 五、传统产品、工艺与现代技术相结合

### 第三节 国外焙烤食品发展概况

- 一、美国低碳水化合物焙烤食品迅猛增长
- 二、美国焙烤食品专用混合粉市场现状
- 三、德、法焙烤业发展现状与趋势扫描
- 四、英国市场

### 第四节 休闲食品

- 一、我国“休闲食品”行业发展现状及其趋势
- 二、国内生产企业奋力拉近与国外差距
- 三、国外休闲食品市场中的健康和功能性产品趋势

### 第五节 油脂天然抗氧化剂在焙烤食品中的应用

- 一、应用陈述
- 二、焙烤食品防腐抗陈化新方法
- 三、乳清及乳糖制品在焙烤食品中的应用

## 第二部分 市场现状分析

### 第二章 中国焙烤食品行业主要细分市场分析

#### 第一节 饼干市场发展分析

全球烘焙产品市场稳步增长，2016 年规模3265 亿美元，其中欧美国家占主导地位，规模占比大但增速较低；中国烘焙市场已初具规模，2018年预计约2100亿人民币，市场增速维持在10%以上。烘焙食品品类集中，主要为面包、蛋糕和糕点，其中蛋糕占比最大。中国烘焙食品行业集中度低，CR3不到10%，CR5不到15%，手工作坊占比极高，目前主要以长保（达利、好丽友）和短保（桃李）为主。烘焙食品细分结构

数据来源：公开资料整理

- 一、市场现状
- 二、饼干业的发展方向
- 三、饼干市场发展热点
- 四、中国“饼干”市场发展潜力
- 五、饼干市场前景

#### 第二节 面包市场发展分析

- 一、市场概述
- 二、面包品质改良剂的主要作用及发展趋势

### 第三节 月饼市场发展分析

- 一、月饼市场扫描
- 二、我国月饼市场经营秩序
- 三、月饼行业利润
- 四、月饼市场消费状况
- 五、月饼生产与销售

### 第四节 糕点市场发展分析

- 一、糕点分类
- 二、市场概述
- 三、市场特点分析
- 四、发展趋势分析

### 第五节 国外饼干及面包市场

- 一、韩国蔬菜味饼干地位逐渐上升市场竞争加剧
- 二、欧洲饼干市场看好
- 三、德国功能面包市场发展迅速
- 四、美国糖果糕点

### 第六节 中国焙烤食品消费需求分析

- 一、消费容量分析
- 二、消费需求特征分析
- 三、消费需求新变化
- 四、消费者分析

## 第三章 中国焙烤食品行业重点区域市场分析

### 第一节 北京市场分析

### 第二节 上海市场分析

- 一、行业运行情况概述
- 二、发展趋势
- 三、上海市休闲食品市场蕴含巨大商机

### 第三节 广州市场分析

### 第四节 成都市场分析

### 第五节 河南饼干业品牌分析

- 一、市场现状

二、行业的遗憾

三、发挥资源优势

## 第六节 石家庄饼干市场

一、博通以差异化策略称雄中低档市场

二、坚持走高端还是降价变阵

三、木糖醇全麦饼干有价无市

## 第七节 西安焙烤市场

一、品种丰富多彩

二、生产透明化销售连续化

三、街头焙烤让人欢喜让人忧

四、发展潜力巨大

## 第八节 西北焙烤业市场

## 第三部分 竞争格局分析

## 第四章 行业竞争状况分析

### 第一节 焙烤食品行业竞争力分析

一、行业技术发展趋势

二、焙烤企业核心竞争力

### 第二节 焙烤食品行业主要企业竞争力

一、最具代表性的饼干新品

二、饼干业亟待打通三大瓶颈

三、面包品种日新月异市场竞争

### 第三节 馍片产业发展现状及亟待解决的问题

一、生产工艺缺乏系统的理论研究

二、没有定型的馍片生产设备

三、烤馍片没有行业标准

四、竞争无序

五、技术和营销人才匮乏

### 第四节 焙烤行业食品配料发展趋势

## 第五章 主要企业发展概况分析

### 第一节 好利来实业发展有限公司

## 一、基本概况

## 二、好利来市场分析

### 第二节 北京稻香村食品集团公司

#### 一、基本概况

#### 二、公司动态

### 第三节 上海达能饼干食品有限公司

#### 一、基本概况

#### 二、达能的品牌探戈

### 第四节 上海克莉丝汀食品有限公司

#### 一、基本概况

#### 二、克莉丝汀市场满意度

### 第五节 广东嘉士利集团股份有限公司

#### 一、基本概况

#### 二、广东嘉士利产销情况

### 第六节 广州酒家企业集团利口福食品有限公司

#### 一、基本概况

#### 二、公司动态

### 第七节 上好佳(中国)有限公司

#### 一、基本概况

#### 二、上好佳休闲食品市场

### 第八节 成都佳禾集团企业公司

### 第九节 成都新成食品工业有限公司

## 第六章 中国焙烤食品行业与WTO

### 第一节 加入WTO对我国焙烤食品业的影响

#### 一、外资的进入

#### 二、关税的变化

### 第二节 WTO对焙烤食品行业的影响因素

#### 一、不利因素

#### 二、有利因素

## 第四部分 行业发展趋势

## 第七章 行业产业政策与需求

### 第一节 焙烤食品行业产业政策分析

- 一、焙烤食品业将全面实施标准化管理
- 二、新月饼国标12月出炉
- 三、广东《焙烤食品生产规范》
- 四、欧盟针对饼干等食品起草新法案

### 第二节 焙烤食品市场需求预测

- 一、主要产品需求
- 二、国内行业的技术发展方向
- 三、2019年焙烤食品糖制品增幅预测

### 第三节 焙烤食品行业产业发展规划

- 一、行业调整及发展思路
- 二、开发农村焙烤市场有机可寻

### 第四节 金色面包烘出来的黄金产业

- 一、消费人群庞大
- 二、在面包业如何出奇制胜
- 三、成功开家面包店

## 第八章 烘焙食品行业营销策略

### 第一节 超市渠道中的烘焙产品营销策略

- 一、连锁超市烘焙部门的主要经营方式
- 二、连锁超市烘焙部门经营的瓶颈
- 三、专业化分工合作仍应该是超市烘焙经营的基本策略
- 四、原料供应商超市渠道的营销七诀

### 第二节 焙烤企业零售“终端营销”攻略

- 一、焙烤部门在连锁超市中的地位
- 二、焙烤部门在连锁超市中的经营难题
- 三、焙烤企业的终端营销策略 214

### 第三节 面包的营销策略

- 一、老字号的威水史
- 二、销售渠道上再动脑筋
- 三、针对特定消费群体的广告新策略



## 四、定价策略显特色

## 第九章 行业发展前景预测

### 第一节 焙烤食品行业发展趋势预测

#### 一、行业发展趋势及预测

#### 二、焙烤食品需求预测

### 第二节 饼干业发展策略

#### 一、竞争要讲求策略

#### 二、要有新的增长点

#### 三、关键是找准自身特色

## 附录 中国名牌月饼名录

## 图表目录

图表：煎炸培根中添加不同地抗氧化剂对亚硝酸胺形成地抑制对照

图表：抗氧化剂推荐使用量（产品应用一览表）

图表：2019年饼干及其他焙烤食品制造累计产成品

图表：中国饼干产品种类

图表：月饼的主要来源比例

图表：月饼市场中的突出问题

图表：对月饼质量不满意的主要原因

图表：对月饼过度包装的看法

图表：对规范月饼市场的建议

图表：法式面包材料选择

图表：我国不同年龄的消费者对于月饼的喜好程度比较表

图表：我国消费者对月饼口味的偏好度比较

图表：我国月饼消费者购买月饼目的比较

图表：我国城市消费者对月饼价格的接受范围比较

图表：不同年龄的消费者对于中、西糕点爱好的比例情况

图表：影响面包消费者购买的因素比较

图表：部分快速消费品商品大类销售额比较

图表：个渠道休闲食品品牌入驻数据统计

图表：广州饼干样品各项指标合格的品牌

图表：国内焙烤市场的竞争情况

图表：焙烤行业中，网络商业营销的情况

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/283120.html>